

Palabras clave:  
digitalización,  
gobernanza  
algorítmica,  
tecnologías  
de búsqueda,  
tecnologías  
de reputación,  
tecnocracia,  
animal digitalis.



ALFONSO BALLESTEROS

UN NUEVO ORGULLO  
DE SER HUMANO

# La digitocracia y sus súbditos: la aparición del animal digitalis

¿La tecnología digital nos hace mejores? Hasta ahora, parece que no, pues la digitalización es una nueva forma de gobierno que tiende a animalizarnos. Ante esta digitocracia urge un nuevo orgullo de ser humano.

A new pride of being human  
**THE DIGITOCRACY AND ITS SUBJECTS: THE APPEARANCE OF THE ANIMAL DIGITALIS**

Does digital technology make us better? So far, it seems not, because digitization is a new form of government that tends to animalize us. In the face to this digitocracy, a new pride of being human is urgent.

**Keywords:** digitization, algorithmic governance, search technologies, reputation technologies, technocracy, animal digitalis.

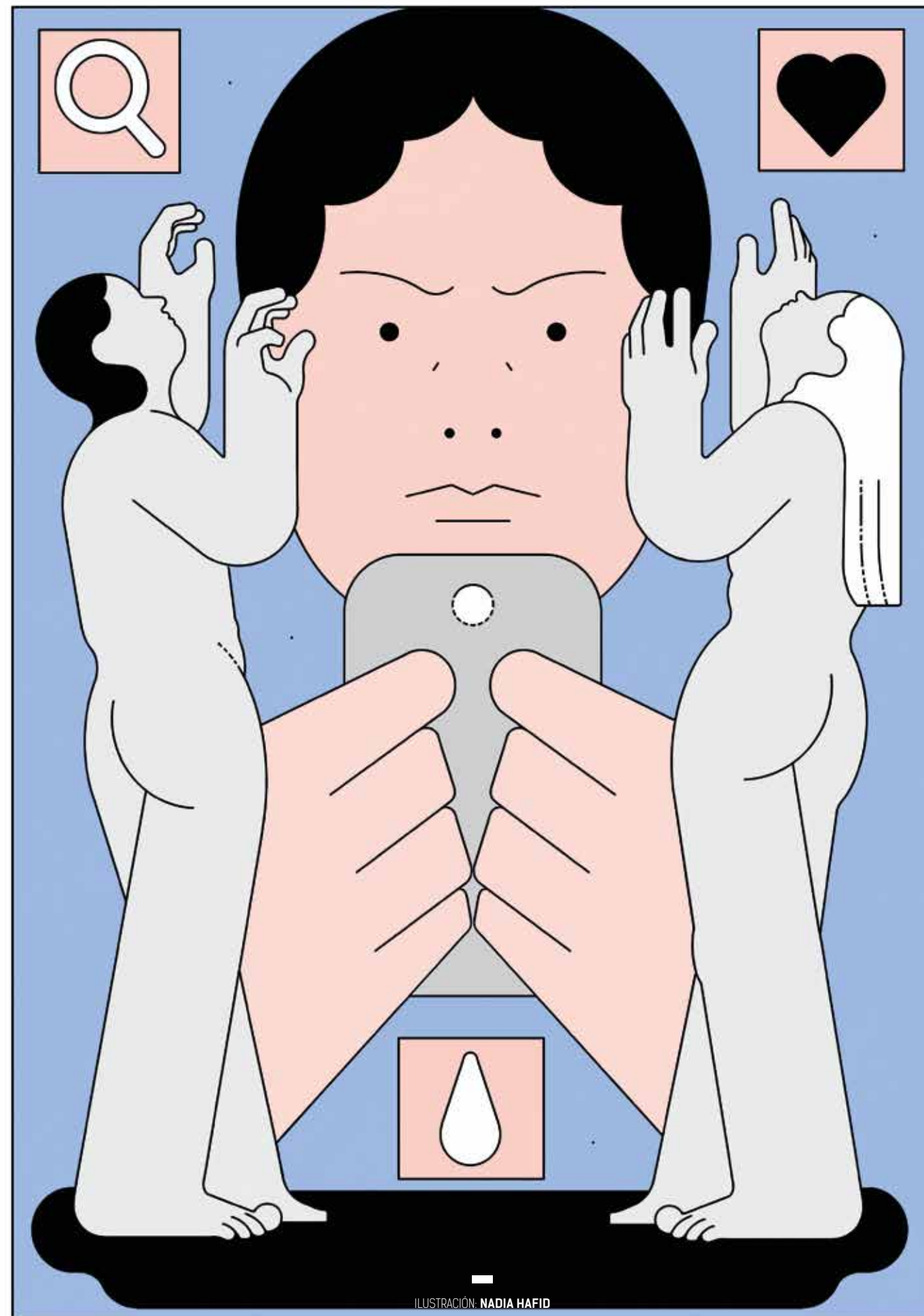


ILUSTRACIÓN: NADIA HAFID

Creo que cabe afirmar dos cosas sobre la digitalización que no se han dicho todavía, o no se han dicho bastante para la importancia que tienen. La primera es que esta es una especie de forma de gobierno absoluta. Gobierno, porque tiene una capacidad ordenadora, de establecer buena parte de las normas que orientan la vida de las personas. Absoluta, porque este gobierno se excluye a sí mismo de los dispositivos con los que gobierna, del mismo modo que el gobernante absoluto no se aplica la ley que crea. Así, los ingenieros de Silicon Valley educan a sus hijos sin tecnología. La novedad de este gobierno es que no obliga en la exterioridad solamente, como el gobierno en las sociedades libres, sino que es una forma de poder más fuerte, pero mucho más sibilina, que dirige nuestras conductas desde la interioridad. La ordenación de la vida no procede de la coacción, el último recurso de todo gobierno, sino que ordena con el agrado y la motivación. Es un gobierno de lo interior, que actúa desde la psique. Este gobierno *de facto* tiene un alcance mundial que se ha dado en llamar gobernanza algorítmica global.

La segunda tesis es que esta forma de gobierno tiene como resultado una tendencia a la animalización del ser humano, a convertirle en un *animal digitalis*. Y, ¿cómo se animaliza a un ser humano? El proceso de animalización procede borrando los rasgos distintivos del ser humano respecto de los animales. La adicción a la tecnología digital produce esto en la medida en que suspende la posibilidad de reflexión y autodominio. La digitalización no produce, por tanto, seres humanos que se parecen a las máquinas, sino a los animales. Esto es central desde el punto de vista de la producción de comunicación. Si el ser humano se parece a la máquina, se comunica poco porque



La comunicación digital tiene una serie de rasgos que tienden a animalizar al ser humano al hacerlo adicto, emocional, transparente, encerrado en el presente y solitario

la comunicación de la máquina nunca está producida por adicciones y es siempre funcional y sobria. La comunicación adictiva, en cambio, es potencialmente ilimitada. En resumen, si el humano digital se pareciera a la máquina, no sería el gran productor de datos que debe ser para que funcione la economía de la información y también la inteligencia artificial que, a día de hoy, se basa en los datos.

### El mito de la neutralidad

La neutralidad de la tecnología es inalcanzable. Cualquier herramienta o tecnología tiene sus características e influye y condiciona de un modo u otro la vida humana. En el fondo, toda creación humana hace esto. Desde el puente sobre una carretera demasiado bajo que impedía que el autobús público, en el que viajaban los negros, pudiera llegar a las playas, hasta los badenes que hacen que uno tienda a ir más lento si no quiere destrozarse los bajos de su coche.

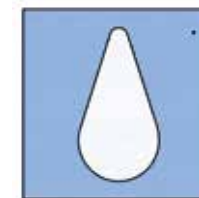
La visión de la neutralidad procede probablemente de una visión moderna dualista de la realidad y del individuo. El individuo no se ve influenciado por los instrumentos que utiliza y decide como soberano libremente. Mucho antes de la Edad Moderna, Platón ya negaba esto al señalar que la aparición de la escritura tiende a debilitar la memoria. En el siglo XX, los teóricos de la comunicación McLuhan y Postman dejaron claro que los medios son estructurantes de la comunicación.

Si la tecnología digital no es neutral, cabe preguntarse: ¿Nos hace mejores? Podemos aproximarnos a esto a través de dos formas de digitalización, según la distinción de Frank Pasquale: una

media cómo somos percibidos; otra cómo percibimos. Las tecnologías que median cómo somos percibidos son las “tecnologías de la reputación”. Paradigma de ello es el crédito social en China. Por su capacidad de clasificar a la persona y su salud, coincide con los países de Asia en los que se ha controlado mejor la pandemia COVID-19. Esta digitalización es la que se orienta al viejo sueño ilustrado de organizar de forma más eficiente la sociedad.

En occidente predominan las “tecnologías de búsqueda”, marcadas sobre todo por la economía de la atención, más que por el deseo de organización. Estas median cómo percibimos. Van mucho más allá de la búsqueda en un buscador y consisten en el mundo que quieren mostrarnos las empresas *siliconianas* a través de las pantallas. En parte, proceden de las anteriores, pues de acuerdo con cómo somos percibidos se nos mostrará aquello que más nos agrada. Cuando se entra en YouTube se activa un avatar, un doble virtual que recuerda todos los vídeos que hemos visto —y los que ven los millones de personas que lo utilizan cada día— y nos presenta los que más nos van a agradar, optimizando el tiempo ante la pantalla. Estas tecnologías de búsqueda están absolutamente personalizadas.

La mediación algorítmica de cómo somos percibidos y cómo percibimos el mundo es un problema para nuestro conocimiento. Estas tecnologías de la percepción sustituyen a los sentidos y, especialmente, la personalización de las tecnologías de búsqueda es una amenaza al sentido común. El sentido común permite, por un lado, tomar conciencia de que el objeto percibido por los cinco sentidos es el mismo, pero también de que los demás perciben el mismo objeto, que no es una



Quizá deberíamos desviar la atención de la tecnología y empezar a centrarla en lo que está haciendo con nosotros

ilusión de nuestros sentidos privados. El sentido común es el sentido de realidad, por esta razón. Pero, ¿qué realidad común cabe si el mundo se nos presenta personalizado? Lo único común es precisamente la mediación.

### Animal digitalis

Hannah Arendt señala en su ensayo más importante sobre filosofía de la tecnología<sup>1</sup> el grave peligro del cientificismo. Ella ve el cientificismo como el problema de confundir los productos de la tecnología con los seres humanos, un cientificismo inhumanista que diluye las diferencias. Arendt anuncia, además, la posibilidad de que, este cientificismo lleve a que el lenguaje humano se vuelva matemático y formal, sin significado alguno. Esta matematización de la comunicación llevaría a ser parcos y funcionales, los seres humanos se confundirían con las máquinas.

Mi tesis, y aquí llego a la tesis segunda, es que, al menos por ahora, no hemos llegado a esta situación. La digitalización exige de los individuos que se comuniquen y no con signos matemáticos, que llevarían a ser parcos y funcionales, sino mediante un lenguaje emocional que promueve la comunicación y la abundancia de información. Es decir, es una comunicación animalizada porque la abundancia de información se consigue mediante la adicción a la tecnología digital. Nada más opuesto a una comunicación puramente formal. Nada menos formal que una imagen o un emoticono. El lenguaje formal queda en manos de los gobernantes, no de los gobernados.

La comunicación digital tiene una serie de rasgos que tienden a ani- ➤

<sup>1</sup> El ensayo *La conquista del espacio y la estatura del hombre* (págs. 279-293) forma parte de la obra de H. Arendt (2016). *Entre el pasado y el futuro. Ocho ejercicios sobre la reflexión política* (trad. de A. Poljak). Barcelona, Península. ISBN: 9788499424798



malizar al ser humano al hacerlo: adicto, emocional, transparente, encerrado en el presente y solitario. Estos cinco rasgos, combinados entre sí, suponen la tendencia a la animalización.

Primero, la digitalización es adictiva porque la tecnología digital es adictiva por diseño. Se ha probado que el *smartphone* o teléfono inteligente imita con gran éxito las máquinas tragaperras de Las Vegas.

Segundo, la adicción procede, en buena medida de su emocionalización. La emoción se distingue de los sentimientos en varios sentidos. La emoción es efímera, situacional y es performativa, lleva a actuar, a reenviar contenidos, etcétera. El sentimiento, en cambio, es estable, duradero y constatativo, no lleva necesariamente a comunicar, como el sentimiento del duelo que puede llevar a lo contrario, a recogerse.

Tercero, el carácter transparente del ser humano, no solo conscientemente, pues la digitalización permite revelar hasta lo que es inconsciente. Esto hace que desaparezca el límite de la exterioridad como lo único que puede ser regulado. El ser humano es el animal con esfera privada y, con esto, la distinción entre público y lo privado, desconocida en el mundo animal, desaparece.

Cuarto, la soledad, entendida en sentido espiritual. La tecnología digital permite estar físicamente con otros, pero solos. La digitalización facilita la soledad en el sentido de no tener relaciones significativas con otros, pero tampoco con uno mismo o con Dios. Dialogar, reflexionar o rezar, se vuelven actividades sumamente difíciles.

Quinto, la reducción al presente. El tiempo real permite que vivamos un presente aumentado o, vayamos, “de un presente a otro” como dice Byung-

La  
neutralidad  
de la  
tecnología es  
inalcanzable.  
Cualquier  
herramienta  
o tecnología  
tiene sus  
características  
e influye  
y condiciona  
de un modo  
u otro

Chul Han, sin dimensión de la temporalidad. Este encierro en el presente es una muestra de animalización; es más, es propia de animales inferiores. Estos carecen de *thymós*, valentía, para posponer el presente placentero. El *thymós* está abierto a la memoria, la experiencia y la proyección al futuro. La tecnología digital tiende a animalizarnos como animales inferiores, al dar prioridad total al placer en el presente (*epytimía*).

Me parece que, no necesariamente de forma aislada pero sí combinados, estos rasgos tienden a animalizar al ser humano. Ninguno de ellos es exclusivo de lo digital sino manifestación de una tendencia más amplia que han detectado pensadores, filósofos, sociólogos o psicólogos desde hace décadas. Sin embargo, en este ámbito concreto, esta animalización permite que la inteligencia artificial, que hoy depende de la información, siga desarrollándose, al tiempo que alimenta la economía de la atención y una política de la organización total. Quizá deberíamos desviar la atención de la tecnología y empezar a centrarla en lo que está haciendo con nosotros. Ante los gobernantes del dígito y la máquina urge un nuevo orgullo de ser humano.

## Bibliografía

Arendt, H. (2005): *La condición humana*. (trad. de R. Gil Novales), Barcelona, Paidós. ISBN: 9788449318238

Arendt, H. (2016): *Entre el pasado y el futuro. Ocho ejercicios sobre la reflexión política* (trad. de A. Poljak). Barcelona, Península. ISBN: 9788499424798

Han, B.-C. (2014): *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder* (trad. de A. Bergés). Barcelona, Herder. ISBN: 9788425433986

Pasquale, F. (2015): *The Black Box Society. The Secret Algorithms that Control Money and Information*. Cambridge, USA, Harvard University Press. ISBN: 9780674368279